

مرور تطبیقی الگوهای توسعه پایدار در بازارهای سنتی و معاصر ایران با تاکید بر نقش نوآوری

سمانه زنگنه^۱، الهام فاطمی*^۲، ارسلان طهماسبی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۰

چکیده

بازارهای سنتی ایران به واسطه شکل‌گیری تاریخی و هویت عمیق فرهنگی، همواره مورد توجه پژوهشگران حوزه معماری و شهرسازی بوده‌اند. پژوهش حاضر، با هدف مرور تطبیقی الگوهای توسعه پایدار در بازارهای سنتی و معاصر ایران و بررسی نقش نوآوری در ارتقای شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، انجام شده است. روش تحقیق، رویکردی کیفی-توصیفی و تحلیلی را دربر می‌گیرد. برای گردآوری داده‌ها، از مطالعات اسنادی، مشاهدات میدانی و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. بازار سنتی سنجندج به عنوان نماینده بازارهای سنتی، و مجتمع تجاری لاله‌پارک تبریز به عنوان نمونه معاصر از غرب ایران نکته‌ها در این پژوهش انتخاب و از منظر شاخص‌های سه‌گانه توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی) تحلیل و ارزیابی شده‌اند. داده‌های مصاحبه‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی کدگذاری و در قالب مفاهیم اصلی پژوهش سازمان‌دهی شد. یافته‌های تحلیلی نشان می‌دهد که بازارهای سنتی، به دلیل حفظ ساختار بومی و وجود تعاملات چهره‌به‌چهره، در ابعاد اجتماعی و فرهنگی توسعه پایدار موفق‌تر عمل می‌کنند. در مقابل، مراکز خرید معاصر با استفاده از نوآوری‌های مدیریتی، فناوری‌های پیشرفته و سرمایه‌گذاری‌های کلان، فرصت رشد اقتصادی و بهبود شاخص‌های زیست‌محیطی را فراهم می‌سازند. با این حال، در پیوند عمیق با هویت بومی و ایجاد تعاملات فرهنگی گسترده، بازارهای معاصر همچنان با محدودیت‌هایی مواجه هستند. بر اساس نتایج نهایی، ترکیب تجربه‌های فرهنگی-اجتماعی بازارهای سنتی با فناوری‌های مدرن و رویکردهای نوآورانه مدیریت در بازارهای معاصر، می‌تواند گامی اساسی در راستای تحقق توسعه پایدار در فضاهای تجاری شهری باشد. همچنین، ضروری است در برنامه‌ریزی‌های آتی، ضمن حفاظت از میراث فرهنگی بازارهای سنتی، فرصت‌های بالقوه به‌کارگیری سیستم‌های هوشمند و سیاست‌های نوین مدیریت زیست‌محیطی، شناسایی و تقویت گردد.

کلمات کلیدی

توسعه پایدار_ بازارهای سنتی_ بازارهای معاصر_ نوآوری_ معماری بومی_ تحلیل تطبیقی

^۱ - دانشجوی دکتری گروه معماری، واحد سنجندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنجندج، ایران

^۲ - استادیار گروه معماری، واحد سنجندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنجندج، ایران (نویسنده مسئول)

^۳ - استادیار گروه معماری، واحد سنجندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنجندج، ایران.

۱. مقدمه

تحقیق حاضر با هدف مرور تطبیقی الگوهای توسعه پایدار در بازارهای سنتی و معاصر ایران با تأکید بر نقش نوآوری انجام شده است. بازارهای سنتی ایران به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی شهرهای تاریخی، نقش مهمی در شکل‌گیری هویت شهری داشته‌اند. این بازارها با طراحی کالبدی منحصربه‌فرد، تعاملات اجتماعی گسترده و پایداری اقتصادی، به گونه‌ای طراحی شده‌اند که نه تنها به رفع نیازهای تجاری شهروندان می‌پردازند، بلکه بستری برای تعاملات فرهنگی و اجتماعی نیز فراهم می‌کنند (حبیبی و اهری، ۱۳۹۴؛ قاسمی، پوراحمد و حاتمی‌نژاد، ۱۳۹۱). در مقابل، بازارهای معاصر که اغلب بر اساس اصول مدرنیته و فناوری طراحی شده‌اند، بر دسترسی آسان، کارایی بالا و جلب رضایت مشتری تمرکز دارند، اما گاه به دلیل عدم توجه کافی به پایداری و هویت فرهنگی، با چالش‌هایی در این زمینه روبه‌رو شده‌اند (Gnizy, Iqbal et al., 2022, 2024).

مفهوم توسعه پایدار که نخستین بار توسط کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه (WCED) در سال ۱۹۸۷ مطرح شد، به معنای توسعه‌ای است که نیازهای نسل حاضر را بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای تأمین نیازهای خود برآورده می‌کند (Redclift, 1988). این مفهوم در طراحی فضاهای شهری، از جمله بازارها، به ایجاد محیط‌هایی منجر می‌شود که علاوه بر تأمین نیازهای اقتصادی، به تعاملات اجتماعی، پایداری زیست‌محیطی و حفظ هویت فرهنگی نیز توجه دارند (Stanciu et al., 2019; Busch, Bauer & Orlitzky, 2016). بازارهای سنتی ایران به دلیل برخورداری از ویژگی‌های کالبدی پایدار و ایجاد تعاملات اجتماعی قوی، نمونه‌ای موفق از توسعه پایدار در فضاهای شهری به شمار می‌آیند (فارسی، طالبی و منیب، ۱۳۹۴؛ پهلوان و سلطان‌زاده، ۱۴۰۳). در مقابل، بازارهای معاصر به دلیل توجه بیش از حد به ابعاد اقتصادی و غفلت از پایداری اجتماعی و فرهنگی، نیازمند بازآفرینی و به‌کارگیری اصول توسعه پایدار هستند (حق‌پرست و همکاران، ۱۴۰۱؛ Iqbal et al., 2022).

نوآوری به عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی در تحول فضاهای شهری و بازارها، به معنای ایجاد تغییرات خلاقانه در ساختارهای موجود است که به بهبود کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منجر می‌شود (Erwin, 2021). مشکینی، زنگانه و امیرحاجیلو، ۱۴۰۱). این مفهوم در بازارهای معاصر می‌تواند به عنوان ابزاری برای بهبود پایداری و بازآفرینی فضاهای تجاری مورد استفاده قرار گیرد. پژوهش‌های متعددی نشان داده‌اند که به‌کارگیری نوآوری در بازارهای سنتی و معاصر، نه تنها می‌تواند به بهبود کارکردهای اقتصادی منجر شود، بلکه موجب ارتقای هویت فرهنگی و افزایش تعاملات اجتماعی نیز خواهد شد (González-Pérez et al., 2020؛ علینژادمجیدی و همکاران، ۱۳۹۸). در بازارهای سنتی ایران نیز، نوآوری به عنوان یکی از عوامل تحول و پایداری عمل کرده و نقش مهمی در ارتقای عملکرد این فضاها داشته است (حبیبی و اهری، ۱۳۹۴). بررسی تطبیقی بازارهای سنتی و معاصر از منظر توسعه پایدار، می‌تواند به شناسایی نقاط قوت و ضعف هر دو نوع بازار کمک کرده و زمینه‌ای برای ارائه راهکارهای بهبود پایداری در بازارهای معاصر فراهم کند. پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که بازارهای سنتی به دلیل طراحی هوشمندانه و بهره‌گیری از اصول پایدار، در حفظ تعاملات اجتماعی و هویت فرهنگی موفق عمل کرده‌اند (فارسی، طالبی و منیب، ۱۳۹۴؛ قاسمی، پوراحمد و حاتمی‌نژاد، ۱۳۹۱). در مقابل، بازارهای معاصر با وجود بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و ایجاد سهولت در دسترسی، در زمینه پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی نیازمند بهبود هستند (Gnizy, 2024; Iqbal et al., 2022).

این پژوهش با هدف بررسی تطبیقی بازارهای سنتی و معاصر ایران از منظر توسعه پایدار و نقش نوآوری انجام شده است. به طور مشخص، این تحقیق به دنبال پاسخگویی به سؤالاتی همچون «چه تفاوت‌هایی میان الگوهای توسعه پایدار در بازارهای سنتی و معاصر وجود دارد؟»، «چگونه می‌توان از مفهوم نوآوری برای بهبود پایداری بازارهای معاصر استفاده کرد؟» و «چه راهکارهایی برای بازآفرینی بازارهای معاصر بر اساس تجربیات بازارهای سنتی وجود دارد؟» است. هدف اصلی این پژوهش، ارائه راهکارهایی برای بهبود توسعه پایدار در بازارهای معاصر با حفظ هویت فرهنگی

و افزایش تعاملات اجتماعی است. ساختار مقاله به گونه‌ای طراحی شده است که ابتدا به مرور پیشینه نظری و مطالعات مرتبط پرداخته و سپس روش تحقیق و ابزارهای مورد استفاده شرح داده شده است. در بخش بعد، یافته‌های پژوهش ارائه و تحلیل شده و در نهایت، نتیجه‌گیری و پیشنهادات مطرح می‌شود. پژوهشگر امیدوار است که نتایج این تحقیق بتواند به ارتقای پایداری بازارهای معاصر ایران و بازآفرینی آن‌ها بر اساس تجربیات موفق بازارهای سنتی کمک کند.

۲. پیشینه تحقیق

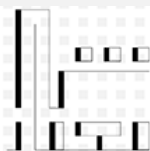
پیشینه پژوهش در دو بخش اصلی شامل مطالعات مرتبط با توسعه پایدار در بازارهای سنتی و مطالعات مرتبط با نوآوری در بازارهای معاصر دسته‌بندی شده است. این بخش به شناسایی خلأهای تحقیقاتی موجود می‌پردازد که پژوهش حاضر قصد دارد به آن‌ها پاسخ دهد. پژوهش قاسمی، پوراحمد و حاتمی‌نژاد (۱۳۹۱) به بررسی پیامدهای نوپردازی در سازمان فضایی و عملکرد بازار تهران پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تغییرات ایجاد شده در بازار تهران طی دوره‌های مختلف تاریخی، با تأکید بر نوآوری، منجر به تحول در نقش اجتماعی و اقتصادی این فضا شده است. این پژوهش اهمیت توجه به پایداری و حفظ هویت فرهنگی بازارهای سنتی را برجسته می‌سازد. مطالعه انجام شده توسط حبیبی و اهری (۱۳۹۴) در زمینه میدان بهارستان به عنوان یکی از اولین فضاهای عمومی مدرن ایران، نمونه‌ای از تحول فضای شهری از جلوخان سلطنتی به فضای عمومی شهری را نشان می‌دهد. این مطالعه بر اهمیت نوآوری در معماری شهری تأکید داشته و تحول کالبدی-فضایی میدان بهارستان را بررسی کرده است که می‌تواند به تحلیل بازارهای سنتی ایران کمک کند. فارسی، طالبی و منیب (۱۳۹۴) در پژوهشی به تحلیل بازار سنتی سنج از منظر پدیدارشناسی پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که بازارهای سنتی با توجه به ویژگی‌های کالبدی و کارکردی خود، هویت فرهنگی و اجتماعی را به شکلی پایدار حفظ کرده‌اند. این پژوهش به طور مستقیم به بررسی ابعاد پایداری در بازارهای سنتی مرتبط است.

پژوهش مشکینی، زنگانه و امیرحاجیلو (۱۴۰۱) به بررسی تولید فضای قدرت و نقش نوآوری در ایران با تکیه بر آرای آنری لوفهور پرداخته است. این پژوهش به تحلیل نظری نوآوری و نوآوری در فضاهای شهری معاصر پرداخته و نشان می‌دهد که نوآوری به عنوان عنصری کلیدی در بازتولید فضای شهری، می‌تواند به بهبود پایداری اجتماعی و اقتصادی بازارهای معاصر کمک کند. حق‌پرست و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی تحول فضاهای تجاری معاصر تبریز با تأکید بر بازار سنتی پرداخته‌اند. این مطالعه نشان می‌دهد که چگونه بازارهای سنتی با ورود مدرنیته و تغییر در الگوهای مصرفی، برخی از نقش‌های سنتی خود را از دست داده‌اند و نیازمند بازآفرینی هستند. داودپور، رضوی و معینی‌فر (۱۳۹۹) به تحلیل نوآوری اجتماعی در تعامل دوسویه شهروندی و فضای هیبریدی شهرهای قرن بیستم و یکم پرداخته‌اند. این پژوهش تأکید می‌کند که بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در فضاهای شهری معاصر می‌تواند به ایجاد نوآوری‌های اجتماعی و تعاملات پایدار کمک کند. علینژادمجیدی و همکاران (۱۳۹۸) نیز در پژوهشی به بررسی جلوه‌های میان‌متنی در بازخوانی معماری معاصر ایران پرداخته‌اند. این مطالعه نشان می‌دهد که نوآوری و نوآوری در معماری معاصر می‌تواند به بازآفرینی فرم‌های جدید و حفظ هویت فرهنگی منجر شود.

در تحقیقات بین‌المللی، مطالعه Erwin Douglas (۲۰۲۱) به ارائه چارچوب مفهومی نوآوری و نوآوری از دیدگاه زیست‌شناختی پرداخته است. هرچند این پژوهش در زمینه زیست‌شناسی انجام شده، اما چارچوب مفهومی ارائه شده می‌تواند در تحلیل بازارهای معاصر و نوآوری‌های مرتبط با آن‌ها کاربرد داشته باشد. پژوهش فون‌آور و ترده (۲۰۱۸) به بررسی بازارهای مبتنی بر پیشرفت تکنولوژیک و تأثیر آن بر قیمت‌گذاری، کیفیت و نوآوری پرداخته است. این پژوهش اهمیت نقش فناوری در بهبود کیفیت محصولات و ایجاد نوآوری در بازارهای معاصر را برجسته می‌سازد. González-Pérez و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی تحول دیجیتال بازارهای سنتی به اکوسیستم‌های کارآفرینی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بازارهای سنتی می‌توانند با بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال به اکوسیستم‌های نوآورانه تبدیل شده و به توسعه پایدار دست یابند.

مطالعه Gnizy (۲۰۲۴) به تحلیل داده‌های سنتی و معاصر در نوآوری بازاریابی پرداخته است. این پژوهش نشان می‌دهد که ترکیب داده‌های سنتی و بزرگ (Big Data) می‌تواند به بهبود بینش‌های بازاریابی و افزایش نوآوری در بازارهای معاصر کمک کند. پیشینه مطالعات نشان می‌دهد که هرچند پژوهش‌های متعددی در زمینه بازارهای سنتی و معاصر و نقش نوآوری در آن‌ها انجام شده است، اما به ندرت به صورت تطبیقی به بررسی الگوهای توسعه پایدار در هر دو نوع بازار پرداخته شده است. همچنین نقش نوآوری به عنوان یک عامل کلیدی در بازآفرینی بازارهای معاصر و ایجاد پایداری، نیازمند تحلیل عمیق‌تر و ارائه راهکارهای کاربردی است. این پژوهش تلاش می‌کند تا با مرور تطبیقی بازارهای سنتی و معاصر ایران، خلأهای موجود را پر کرده و راهکارهایی برای توسعه پایدار این فضاها ارائه دهد.

نام محقق و محققان	سال ت ح قیق	عنوان	رویکرد	روش	متغیرها	ارتباط با تحقیق حاضر	خلاصه نتایج
قاسمی، پوراحمد و حاتمی‌نژاد	139 1	پیامد نوپردازی در سازمان فضایی و عملکرد بازار تهران	تحلیلی- توصیفی	تحلیل محتوای تاریخی	نوپردازی، سازمان فضایی، عملکرد بازار	تحلیل نوآوری‌های بازارهای سنتی در زمینه پایداری	تغییرات در سازمان فضایی بازارها منجر به تحول در نقش اجتماعی آن‌ها شده است.
حبیبی و اهری	139 4	میدان بهارستان: تجربه نووارگی در فضای شهری ایرانی	تاریخی- تحلیلی	مطالعه موردی	نووارگی، فضای شهری، میدان بهارستان	بررسی نووارگی در فضاهای عمومی شهری	میدان بهارستان به عنوان اولین عرصه نووارگی در فضاهای شهری معرفی شده است.
فارسی، طالبی و منیب	139 4	مطالعه پدیده بازار سنتی سندج از منظر پدیدارشناسی	پدیدارشناسی	روش هرمنوتیک	بازار سنتی، هویت فرهنگی، پایداری	بررسی پایداری و هویت فرهنگی در بازارهای سنتی	بازار سنتی سندج هویت فرهنگی را از طریق طراحی پایدار حفظ کرده است.
علینژادمجید ی و همکاران	139 8	چگونگی بازتاب جلوه‌های میان‌متنی در بازخوانش معماری معاصر ایران	توصیفی- تحلیلی	تحلیل محتوای متنی	نووارگی، معماری معاصر، جلوه‌های میان‌متنی	نوآوری در بازخوانی معماری و ارتباط آن با پایداری	نووارگی در معماری معاصر منجر به بازآفرینی فرم‌های جدید شده است.
داودپور، رضوی و معینی‌فر	139 9	نووارگی اجتماعی در تعامل دوسویه شهروندی و فضای هیبریدی شهرهای قرن بیست‌ویکم	تحلیلی- اجتماعی	مطالعه پیمایشی	نووارگی اجتماعی، فضای هیبریدی، تأملات شهروندی	تأثیر نووارگی بر تأملات اجتماعی در بازارها	فضاهای هیبریدی با بهره‌گیری از نووارگی اجتماعی به تعاملات پایدار کمک می‌کنند.
حق‌پرست و همکاران	140 1	تحلیل تحول فضاهای تجاری معاصر تبریز با تأکید بر بازار سنتی	تحلیلی- مقایسه‌ای	مطالعه میدانی و مقایسه‌ای	تحول فضا، بازار سنتی، بازار معاصر	مقایسه بازارهای سنتی و معاصر از منظر تحول کالبدی	تحول در بازارهای تبریز نیازمند بازآفرینی با حفظ هویت فرهنگی است.
Erwin Douglas	202 1	A conceptual framework of	مفهومی- نظری	تحلیل مفهومی	نوآوری، نووارگی، سیستم‌های تکاملی	ارائه چارچوب مفهومی برای تحلیل نوآوری	نوآوری‌های تکاملی نقش کلیدی در پایداری سیستم‌ها دارند.



					evolutionary novelty and innovation		
تکنولوژی پیشرفته منجر به بهبود کیفیت و نوآوری در بازارها شده است.	بررسی تأثیر تکنولوژی بر بازارهای معاصر	پیشرفت تکنولوژیک، قیمت‌گذاری، کیفیت	تحلیل داده‌های اقتصادی	تحلیلی-اقتصادی	Markets with technological progress: pricing, quality, and novelty	2018	von Auer & Trede
تحول دیجیتال بازارهای سنتی به ایجاد اکوسیستم‌های نوآورانه کمک کرده است.	نقش فناوری در بازآفرینی بازارهای سنتی	تحول دیجیتال، اکوسیستم کارآفرینی، بازار سنتی	مطالعه موردی	موردپژوهی	The digital transformation of a traditional market into an entrepreneurial ecosystem	2020	González-Pérez و همکاران
ترکیب داده‌های سنتی و معاصر منجر به بهبود نوآوری در بازار می‌شود.	تحلیل داده‌های سنتی و مدرن برای نوآوری در بازار	داده‌های سنتی و معاصر، نوآوری، بازاریابی	تحلیل داده‌های آماری	تحلیلی-آماري	The impact of ambidextrous traditional and contemporary data analytics on marketing innovation	2024	Gnizy
ترکیب فرهنگ سنتی و مدرن منجر به توسعه پایدار بازارهای محلی می‌شود.	بررسی تأثیر هم‌افزایی فرهنگی بر توسعه بازارها	عناصر فرهنگی، گردشگری، توسعه پایدار	تحلیل تطبیقی	مقایسه‌ای-تحلیلی	Traditional and modern forms of synergies between cultural and tourism sectors	2019	Tsakirides
جذابیت بصری و پیچیدگی نماها در ارتقای فضاهای تجاری مؤثر است.	نقش جذابیت بصری در ارتقای بازارهای معاصر	پیچیدگی بصری، جذابیت نما، معماری	تحلیل محتوای بصری	توصیفی-تحلیلی	The visual attractiveness of architectural facades: measuring visual complexity and attractive strength in architecture	2023	Lee & Ostwald

۳. مبانی نظری

توسعه پایدار به عنوان رویکردی جامع برای پاسخ به نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی جوامع مطرح شده است. این مفهوم در فضاهای شهری و تجاری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چرا که بازارها به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان اقتصادی و اجتماعی شهرها، تأثیر قابل توجهی بر زندگی شهروندان دارند. در این بخش، نظریه‌های مرتبط با توسعه پایدار در فضاهای تجاری شامل نظریه‌های معماری پایدار، اقتصاد پایدار و

نوآوری در معماری مورد بررسی قرار می‌گیرد. همچنین، شاخص‌های توسعه پایدار در بازارها معرفی شده و نقش نوآوری در ارتقای این شاخص‌ها تبیین می‌شود.

۳،۱ توسعه پایدار در فضاهای تجاری

توسعه پایدار به عنوان یک مفهوم چندبعدی، به بهبود کیفیت زندگی حال و آینده با در نظر گرفتن ملاحظات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی اشاره دارد. در این راستا، نظریه‌های مرتبط با توسعه پایدار در فضاهای تجاری با تمرکز بر معماری پایدار، اقتصاد پایدار و نوآوری، نقش مهمی در طراحی بازارهای سنتی و معاصر ایفا می‌کنند. این نظریه‌ها می‌توانند به عنوان چارچوبی نظری برای تحقیق حاضر مورد استفاده قرار گیرند.

- نظریه معماری پایدار در بازارهای سنتی و معاصر: نظریه معماری پایدار بر ایجاد فضاهایی تأکید دارد که علاوه بر تأمین نیازهای اقتصادی و عملکردی، به حفظ منابع طبیعی و کاهش اثرات زیست‌محیطی نیز می‌پردازند. در بازارهای سنتی ایران، معماری پایدار به طور طبیعی و بر اساس اصول بومی شکل گرفته است. این بازارها با استفاده از مصالح بومی، بهره‌گیری از نور و تهویه طبیعی و طراحی هوشمندانه برای کاهش مصرف انرژی، به عنوان نمونه‌هایی موفق از معماری پایدار مطرح می‌شوند (پهلوان و سلطان‌زاده، ۱۴۰۳؛ فارسی، طالبی و منیب، ۱۳۹۴). در مقابل، بازارهای معاصر اغلب با الهام از الگوهای مدرنیستی و با استفاده از فناوری‌های پیشرفته طراحی می‌شوند. با این حال، بسیاری از این بازارها در تأمین پایداری زیست‌محیطی و اجتماعی ناکام بوده‌اند. نظریه معماری پایدار در بازارهای معاصر به دنبال استفاده از فناوری‌های نوین همچون سیستم‌های مدیریت انرژی هوشمند، بهره‌گیری از انرژی‌های تجدیدپذیر و مصالح پایدار برای کاهش اثرات زیست‌محیطی است (Lee & Ostwald, 2023; Busch et al., 2016).
- نظریه اقتصاد پایدار در توسعه بازارها: نظریه اقتصاد پایدار بر این اصل تأکید دارد که رشد اقتصادی باید به گونه‌ای باشد که نه تنها به بهره‌وری اقتصادی منجر شود، بلکه به حفظ منابع و افزایش عدالت اجتماعی نیز کمک کند (Kahn & Redclift, 1988; Rivas, 2009). بازارهای سنتی ایران نمونه‌هایی بارز از اقتصاد پایدار هستند؛ چرا که به دلیل تمرکز بر مشاغل کوچک و خانوادگی و گردش اقتصادی در مقیاس محلی، به پایداری اقتصادی و اجتماعی شهرها کمک کرده‌اند (قاسمی، پوراحمد و حاتمی‌نژاد، ۱۳۹۱). در مقابل، بازارهای معاصر به دلیل ورود فناوری‌های نوین و تغییر در الگوهای مصرفی، گرایش بیشتری به سمت افزایش بهره‌وری اقتصادی و کاهش هزینه‌ها دارند. این الگوها اگرچه به رشد اقتصادی منجر شده‌اند، اما در برخی موارد به کاهش تعاملات اجتماعی و افزایش مصرف‌گرایی انجامیده‌اند (von Auer & Trede, 2018; González-Pérez et al., 2020). بنابراین، به کارگیری اصول اقتصاد پایدار در بازارهای معاصر می‌تواند به ایجاد تعادل میان رشد اقتصادی و پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی کمک کند.
- نظریه نوآوری در معماری و طراحی بازارها: نوآوری به عنوان یکی از عناصر کلیدی در تحول فضاهای تجاری، نقشی حیاتی در بهبود کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی ایفا می‌کند. نظریه‌های مرتبط با نوآوری در معماری بر ایجاد فرم‌های جدید، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و طراحی فضاهای چندمنظوره تأکید دارند. در بازارهای سنتی ایران، نوآوری در قالب بهبود فرم‌های معماری و ایجاد فضاهای انعطاف‌پذیر برای تأمین نیازهای مختلف اجتماعی و اقتصادی به طور مستمر رخ داده است (حبیبی و اهری، ۱۳۹۴؛ پهلوان و سلطان‌زاده، ۱۴۰۳). در بازارهای معاصر، نوآوری در طراحی به معنای بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند، افزایش بهره‌وری فضاها و ارتقای تجربه مشتری است. به عنوان مثال، پژوهش‌های بین‌المللی نشان داده‌اند که بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال در بازارهای معاصر می‌تواند به ایجاد اکوسیستم‌های نوآورانه منجر شود و به توسعه پایدار کمک کند (González-Pérez et al., 2020).

(Erwin, 2021). همچنین، مطالعه حق پرست و همکاران (۱۴۰۱) نشان می‌دهد که نوآوری در طراحی بازارهای معاصر می‌تواند به بازآفرینی این فضاها با حفظ هویت فرهنگی منجر شود.

۳,۲ شاخص‌های توسعه پایدار در بازارها

- شاخص‌های توسعه پایدار در بازارها به سه دسته اصلی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی تقسیم می‌شوند:
- شاخص‌های اقتصادی: این شاخص‌ها شامل رشد اقتصادی پایدار، ایجاد فرصت‌های شغلی، و افزایش بهره‌وری در فضاهای تجاری است. در بازارهای سنتی، این شاخص‌ها به دلیل فعالیت‌های متنوع اقتصادی و حضور گسترده کسب‌وکارهای کوچک به خوبی رعایت شده است (Stanciu et al., 2019؛ پهلوان و سلطان‌زاده، ۱۴۰۳). بازارهای معاصر نیز با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین می‌توانند به افزایش کارایی اقتصادی و کاهش هزینه‌های عملیاتی کمک کنند (González-Pérez et al., 2020).
 - شاخص‌های اجتماعی: شاخص‌های اجتماعی به معنای ایجاد تعاملات اجتماعی، ارتقای کیفیت زندگی شهروندان و حفظ هویت فرهنگی است. بازارهای سنتی ایران به دلیل طراحی مناسب و وجود فضاهای تعاملی، به عنوان یکی از مهم‌ترین مراکز تعاملات اجتماعی شناخته می‌شوند (فارسی، طالبی و منیب، ۱۳۹۴؛ قاسمی، پوراحمد و حاتمی‌نژاد، ۱۳۹۱). در مقابل، بازارهای معاصر گاه به دلیل طراحی نامناسب و تمرکز بر جنبه‌های اقتصادی، در تأمین این شاخص‌ها با مشکل مواجه هستند (Iqbal et al., 2022).
 - شاخص‌های زیست‌محیطی: این شاخص‌ها شامل کاهش مصرف انرژی، استفاده از منابع تجدیدپذیر و مدیریت پسماند است. در بازارهای سنتی، بهره‌گیری از نور طبیعی، تهویه طبیعی و مصالح بومی به کاهش مصرف انرژی کمک می‌کرده است (پهلوان و سلطان‌زاده، ۱۴۰۳؛ Busch, Bauer & Orlitzky, 2016). بازارهای معاصر نیز می‌توانند با به‌کارگیری فناوری‌های نوین همچون سیستم‌های هوشمند مدیریت انرژی و استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر به بهبود این شاخص‌ها کمک کنند (Gnizy, 2024؛ von Auer & Trede, 2018).

۳,۳ نوآوری در ارتقای شاخص‌های توسعه پایدار

نوآوری به عنوان یک عامل کلیدی در ایجاد تحول و بهبود فضاهای تجاری، نقش مهمی در ارتقای شاخص‌های توسعه پایدار ایفا می‌کند. در زمینه بازارهای سنتی و معاصر، نوآوری نه تنها می‌تواند به بهبود کارکردهای اقتصادی و افزایش بهره‌وری کمک کند، بلکه در حفظ هویت فرهنگی و ارتقای تعاملات اجتماعی نیز مؤثر است. نوآوری در بازارها می‌تواند به صورت کالبدی (طراحی و معماری)، عملکردی (مدیریت و بهره‌برداری) و فناورانه (استفاده از فناوری‌های نوین) به کار گرفته شود و از این طریق به بهبود شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی توسعه پایدار منجر شود.

۳,۳,۱ نوآوری در ارتقای شاخص‌های اقتصادی

از منظر اقتصادی، نوآوری در بازارها می‌تواند به افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید منجر شود. بازارهای سنتی ایران به دلیل ساختار اقتصادی مبتنی بر کسب‌وکارهای کوچک و خانوادگی، نقش مهمی در ایجاد پایداری اقتصادی داشته‌اند (قاسمی، پوراحمد و حاتمی‌نژاد، ۱۳۹۱). در بازارهای معاصر، بهره‌گیری از نوآوری‌های فناورانه همچون سیستم‌های مدیریت هوشمند، پرداخت‌های دیجیتال و پلتفرم‌های آنلاین می‌تواند به کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش رقابت‌پذیری منجر شود (González-Pérez et al., 2020؛ Gnizy, 2024).

علاوه بر این، ورود فناوری‌های دیجیتال به بازارها می‌تواند به بهبود زنجیره تأمین و افزایش شفافیت در مبادلات اقتصادی کمک کند. مطالعه‌ای که توسط von Auer و ترده (۲۰۱۸) انجام شده است، نشان می‌دهد که بازارهای مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته، از نظر قیمت‌گذاری و کیفیت کالاها بهبود یافته و نوآوری به عنوان عاملی مؤثر در افزایش بهره‌وری اقتصادی عمل می‌کند.

۳,۳,۲ نوآوری در ارتقای شاخص‌های اجتماعی

تعاملات اجتماعی و حفظ هویت فرهنگی، از شاخص‌های مهم توسعه پایدار در بازارها به شمار می‌روند. بازارهای سنتی ایران به دلیل طراحی مناسب و وجود فضاهای عمومی، همواره به عنوان مراکزی برای ایجاد تعاملات اجتماعی و تبادل فرهنگی شناخته شده‌اند (فارسی، طالبی و منیب، ۱۳۹۴؛ پهلوان و سلطان‌زاده، ۱۴۰۳). در بازارهای معاصر، به دلیل تغییر در الگوهای مصرفی و تمرکز بر بهره‌وری اقتصادی، این تعاملات اجتماعی کمرنگ‌تر شده است. نوآوری در طراحی بازارهای معاصر می‌تواند با ایجاد فضاهای تعاملی، ارتقای کیفیت محیط و بهبود تجربه کاربری، به افزایش تعاملات اجتماعی منجر شود. به عنوان مثال، پژوهش Lee و Ostwald (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که طراحی خلاقانه و جذاب بازارها می‌تواند به افزایش جذابیت بصری و ارتقای تعاملات اجتماعی کمک کند. علاوه بر این، استفاده از فناوری‌های هوشمند در بازارها می‌تواند به افزایش ارتباطات اجتماعی از طریق ایجاد فضاهای مشارکتی آنلاین و آفلاین منجر شود. مطالعه داودپور و همکاران (۱۳۹۹) نیز نشان می‌دهد که نوآوری اجتماعی در فضاهای هیبریدی می‌تواند به تعامل بیشتر شهروندان و ایجاد پایداری اجتماعی کمک کند.

۳,۳,۳ نوآوری در ارتقای شاخص‌های زیست‌محیطی

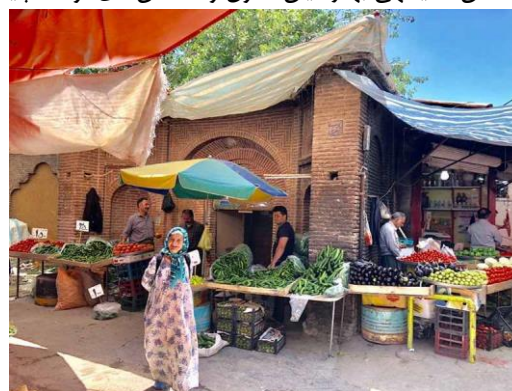
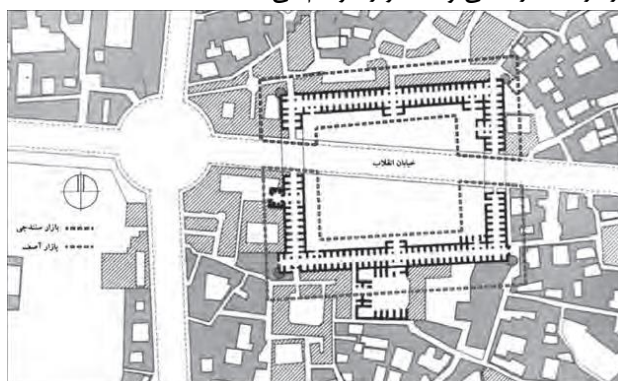
نوآوری در حوزه زیست‌محیطی بازارها به معنای استفاده از فناوری‌های سبز و راهکارهای سازگار با محیط‌زیست است. در بازارهای سنتی ایران، به دلیل بهره‌گیری از اصول معماری بومی همچون تهویه طبیعی، استفاده از مصالح محلی و طراحی همساز با اقلیم، شاخص‌های زیست‌محیطی به خوبی رعایت شده است (پهلوان و سلطان‌زاده، ۱۴۰۳؛ فارسی، طالبی و منیب، ۱۳۹۴). در بازارهای معاصر، استفاده از فناوری‌های نوین همچون سیستم‌های مدیریت انرژی هوشمند، پنل‌های خورشیدی و سیستم‌های بازیافت پسماند می‌تواند به کاهش مصرف انرژی و کاهش تولید زباله منجر شود (Busch et al., 2016; von Auer & Trede, 2018). همچنین، طراحی پایدار در بازارهای معاصر می‌تواند با ایجاد فضاهای سبز و استفاده از مواد بازیافتی، اثرات زیست‌محیطی را به حداقل برساند. پژوهش González-Pérez و همکاران (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که بازارهای دیجیتال و نوآورانه می‌توانند از طریق کاهش نیاز به حمل‌ونقل و بهینه‌سازی مصرف انرژی، به پایداری زیست‌محیطی کمک کنند.

۳,۳,۴ نوآوری به عنوان ابزاری برای بازآفرینی بازارهای معاصر

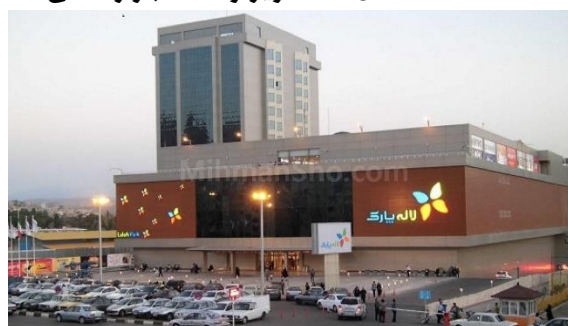
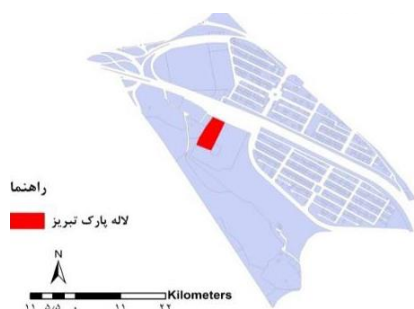
نوآوری می‌تواند به عنوان ابزاری برای بازآفرینی بازارهای معاصر عمل کرده و به حفظ هویت فرهنگی این بازارها کمک کند. پژوهش حق‌پرست و همکاران (۱۴۰۱) نشان می‌دهد که بازارهای معاصر تبریز با بهره‌گیری از نوآوری‌های طراحی و مدیریتی می‌توانند به بازآفرینی این فضاها و ارتقای تعاملات اجتماعی منجر شوند. علاوه بر این، استفاده از فناوری‌های دیجیتال در بازارهای معاصر می‌تواند به ایجاد تجربه‌های جدید برای مشتریان و افزایش جذابیت این بازارها کمک کند (Erwin, 2021; Gnizy, 2024). به طور کلی، نقش نوآوری در ارتقای شاخص‌های توسعه پایدار بازارهای سنتی و معاصر غیرقابل انکار است. بهره‌گیری از نوآوری در طراحی و مدیریت بازارها می‌تواند به بهبود شاخص‌های اقتصادی از طریق افزایش بهره‌وری، بهبود شاخص‌های اجتماعی از طریق افزایش تعاملات و حفظ هویت فرهنگی، و ارتقای شاخص‌های زیست‌محیطی از طریق کاهش مصرف انرژی و استفاده از فناوری‌های سبز منجر شود. تحقیق حاضر با تمرکز بر نقش نوآوری در بازآفرینی و ارتقای پایداری بازارهای معاصر، تلاش می‌کند تا راهکارهایی برای بهبود این فضاها بر اساس تجربیات موفق بازارهای سنتی ارائه دهد.

۴. روش تحقیق

این پژوهش با رویکرد کیفی-توصیفی و تحلیلی صورت گرفته است و هدف آن مرور تطبیقی الگوهای توسعه پایدار در بازارهای سنتی و معاصر ایران با تأکید بر نقش نوآوری است. جامعه آماری کلی، بازارهای سنتی و معاصر کشور بوده؛ اما به واسطه محدودیت‌های زمانی و منابع، نمونه‌ها به صورت هدفمند از میان بازارهای غرب ایران انتخاب شده‌اند. به این ترتیب، بازار سنتی سنندج به واسطه پیشینه تاریخی و کالبدی برجسته و مجتمع تجاری لاله پارک تبریز به دلیل رویکرد مدرن و بهره‌گیری از فناوری‌های جدید، به عنوان دو نمونه مطالعاتی برگزیده شدند. این انتخاب امکان مقایسهی بهتر میان اصول و شاخص‌های توسعه پایدار در ساختار سنتی و معاصر را فراهم می‌کند.

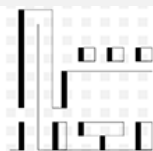


شکل ۱ تصویر و نقشه بازار سنتی سنندج ، طالبی و فارسی ، ۱۳۹۴



شکل ۲ تصویر و نقشه لاله پارک تبریز سعدلونیا و همکاران، ۱۴۰۲

برای گردآوری داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای، مشاهدات میدانی و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. در بخش مطالعات اسنادی، اسناد و تحقیقات پیشین شامل مقالات، گزارش‌ها و منابع علمی پیرامون ویژگی‌های کالبدی، فرهنگی و مدیریتی هر دو بازار بررسی گردید. سپس از طریق مشاهده مستقیم، داده‌های مرتبط با شاخص‌های توسعه پایدار و نمودهای نوآوری در فضاهای داخلی و پیرامونی بازار سنندج و مجتمع تجاری لاله پارک جمع‌آوری شد. همچنین، با انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با گروهی از فروشندگان، مدیران بازار و مشتریان، تلاش گردید تا



دیدگاه‌های آنان درخصوص مسائل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بازار و نقش مؤلفه‌های نوآوری دریافت شود. این گفت‌وگوها به‌صورت حضوری و طی جلساتی برنامه‌ریزی شده انجام شد و پاسخ‌ها و نکات کلیدی بلافاصله پس از مصاحبه، ثبت و دسته‌بندی شدند. در مرحله تحلیل، داده‌های جمع‌آوری شده ابتدا با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی کدگذاری شدند تا در قالب مفاهیم اصلی شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و نوآوری سامان‌دهی شوند. سپس برای مقایسه تطبیقی، یافته‌ها بر پایه سه شاخص کلیدی توسعه پایدار (یعنی شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) در دو بازار سنتی و معاصر ارزیابی گردید. بدین ترتیب، ضمن مقایسه تطبیقی سطح پایداری در دو نمونه، نقش نوآوری در هر یک از ابعاد یادشده بررسی شد. ترکیب نتایج حاصل از تحلیل توصیفی (یادداشت‌ها، عکس‌ها و گفته‌های مصاحبه‌شوندگان) و تحلیل مقایسه‌ای (جداول و نمودارهای تطبیقی) پایه‌ای برای ارائه راهکارها و پیشنهادهای عملی در جهت ارتقای پایداری در بازارهای معاصر ایران فراهم کرد.

۵. تحلیل و یافته‌ها

پژوهش حاضر با هدف بررسی تطبیقی بازار سنتی سنندج و مجتمع تجاری لاله‌پارک تبریز از منظر توسعه پایدار و نقش نوآوری انجام گرفت. بدین منظور، داده‌های گردآوری شده بر پایه‌ی سه شاخص کلیدی توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) تحلیل و مقایسه شدند. در این بخش، ابتدا یافته‌های کیفی به تفکیک هر شاخص ارائه می‌گردد و سپس برای تبیین بهتر، جداول و نمودارهای تطبیقی ارائه می‌شود تا تفاوت‌ها و شباهت‌ها در یک نگاه آشکار شود. این تحلیل نشان می‌دهد که چگونه بهره‌گیری از نوآوری در هر بازار می‌تواند بر پایداری آن مؤثر باشد و چه راهکارهایی برای ارتقای پایداری در هر دو نوع بازار وجود دارد.

مجموع یافته‌های این بخش نشان می‌دهد که بازار سنتی سنندج در ابعاد اجتماعی و فرهنگی عملکرد بسیار مطلوبی دارد؛ تعاملات چهره‌به‌چهره، هویت تاریخی، و پیوند عمیق میان کاسبان و مشتریان، شاخص‌های اجتماعی را در سطحی بالا حفظ کرده است. با این حال، ورود نوآوری در بخش اقتصادی و زیست‌محیطی با سرعت کمتری در حال شکل‌گیری است؛ به‌طوری‌که زیرساخت‌های یکپارچه در حوزه مدیریت انرژی و پسماند یا حتی شیوه‌های بازاریابی مدرن هنوز نیازمند بهبود و سرمایه‌گذاری است. در سوی دیگر، مجتمع تجاری لاله‌پارک تبریز در حوزه اقتصادی با اتکا به نوآوری‌های فناورانه (فروش دیجیتال، پرداخت الکترونیکی) و ایجاد فضاهای ترکیبی خرید-تفریح، بازدهی بالایی نشان می‌دهد. در بخش زیست‌محیطی نیز به دلیل استفاده از فناوری‌های نوین در مدیریت انرژی و پسماند، عملکرد قابل‌قبولی دارد، اما در بعد اجتماعی و فرهنگی، پیوند عمیقی با هویت بومی شکل نگرفته و بیشتر در سطح رویدادهای مناسبتی و طراحی‌های ظاهری باقی مانده است. بر این اساس، می‌توان نتیجه گرفت که نوآوری در بازارهای سنتی می‌تواند با رفع موانع فرهنگی و ساختاری، منجر به رونق بیشتر اقتصادی و بهبود شاخص‌های زیست‌محیطی شود. همچنین، بازارهای معاصر می‌توانند با الگوبرداری از تعاملات اجتماعی غنی و هویت پایدار بازارهای سنتی، از خطر فرسایش هویت و تقلیل به فضای صرفاً تجاری فاصله گیرند. بدین ترتیب، آمیزه‌ای از تجربه بومی در بازارهای سنتی و نوآوری‌های فناورانه و مدیریتی در بازارهای معاصر، می‌تواند به خلق ساختارهایی منجر شود که از منظر سه‌گانه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، مسیر توسعه پایدار را هموار سازند.

۵,۱ شاخص‌های اقتصادی

۵,۱,۱ تنوع کسب‌وکارها و فرصت‌های شغلی

مطالعات میدانی حاکی از آن است که در بازار سنتی سنندج، کسب‌وکارهای خرد و خانوادگی سهم عمده‌ای از فعالیت اقتصادی را تشکیل می‌دهند و بیشتر حول اصناف سنتی، محصولات محلی و صنایع دستی متمرکزند. به‌واسطه پیشینه تاریخی و گردشگرپذیری شهر سنندج، این اصناف



از مزیت اعتماد مشتریان محلی و توریست‌های فرهنگی برخوردارند. اما فقدان تبلیغات گسترده و بهره‌گیری محدود از روش‌های مدرن بازاریابی، سطح فروش را دستخوش نوسانات فصلی می‌کند. در مجتمع تجاری لاله‌پارک تبریز، انواع فروشگاه‌های زنجیره‌ای ملی و بین‌المللی، برندهای پوشاک و لوازم خانگی حضور دارند و فضای کسب‌وکار حالت سرمایه‌بر و تخصصی‌تر دارد. اگرچه هزینه‌ی راه‌اندازی کسب‌وکار در این مجتمع بالاتر است، اما گردش مالی به دلیل تبلیغات فراگیر، فضای تفریحی-خرید ترکیبی و دسترسی مناسب شهری در بیشتر فصول سال ثابت و رو به رشد گزارش می‌شود.

۵,۱,۲ نقش نوآوری در پایداری اقتصادی

نوآوری در بازار سنتی سنندج بیشتر در سطح مشارکتی و فرهنگ بومی در حال شکل‌گیری است؛ برخی از فروشندگان شروع به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بسترهای آنلاین برای معرفی محصولات کرده‌اند. هرچند این روند کند است، اما در صورت فرهنگ‌سازی و گسترش زیرساخت ارتباطی می‌تواند ظرفیت‌های نهفته بازار را شکوفا سازد. در لاله‌پارک تبریز، مجموعه‌ای از نوآوری‌های فناورانه (مانند سامانه پرداخت الکترونیکی، فروش اینترنتی، کارت‌های عضویت مشتریان) و نوآوری‌های مدیریتی (برگزاری جشنواره‌های فروش، برنامه‌های مناسبتی و کارت‌های تخفیف) باعث افزایش بهره‌وری و وفاداری مشتریان شده است. بر این اساس، الگوی درآمدزایی در بازار معاصر نسبتاً مدرن بوده و بخشی از مزیت رقابتی آن در مقایسه با بازارهای سنتی، همین تنوع و به‌روزرسانی روش‌های فروش و بازاریابی است.

جدول ۱ مقایسه شاخص‌های اقتصادی در بازار سنتی سنندج و لاله‌پارک تبریز

شاخص اقتصادی	بازار سنتی سنندج	لاله‌پارک تبریز	ملاحظات
تنوع کسب‌وکار	غالباً خرد و خانوادگی اصناف سنتی و صنایع دستی	برندهای بزرگ و زنجیره‌ای طیف وسیعی از پوشاک، لوازم خانگی و...	بازار سنتی مبتنی بر تولیدات بومی و محلی؛ مجتمع مدرن متمرکز بر برندهای ملی و بین‌المللی
هزینه سرمایه‌گذاری	نسبتاً کم با اتکا به سرمایه محلی و اجاره پایین	نسبتاً بالا نیازمند سرمایه‌گذاری کلان برای خرید یا اجاره واحد	تناسب با توان مالی متفاوت بازیگران اقتصادی در هر دو بازار
میانگین درآمد ماهانه	ناپایدار و فصلی وابسته به گردشگری و تعطیلات رسمی	نسبتاً پایدار با ثبات بیشتر در طول سال	نوسان فروش در بازار سنتی گاه منجر به درآمد غیربرنامه‌ریزی‌شده برای کاسبان می‌شود
نوآوری در فروش	محدود گرایش نوظهور به بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی	پیشرفته تجارت الکترونیک، پرداخت دیجیتال، جشنواره‌های فروش	سرعت پذیرش فناوری در بازار سنتی پایین‌تر اما روندی روبه‌گسترش دارد

۵,۲ شاخص‌های اجتماعی

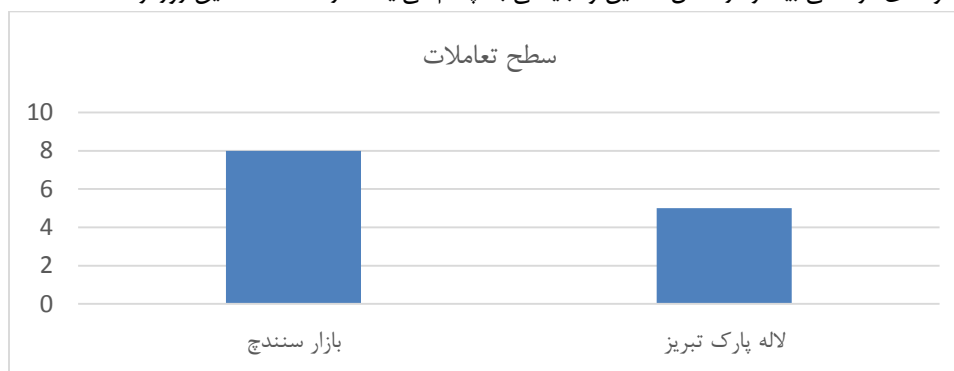
۵,۲,۱ سطح تعاملات اجتماعی و حس مکان

در بازار سنتی سنندج، فضاهای باز و راسته‌های تاریخی، شهروندان را به‌صورت روزمره در معرض برخورد و گفت‌وگو قرار می‌دهد. این شکل از تعاملات غیررسمی، «روح جمعی» بازار را تقویت کرده و حس مکان را در میان کاربران بالا می‌برد. همجواری اصناف مرتبط باهم نیز به همبستگی

کاسبان و شناخت متقابل مشتریان کمک می‌کند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۱). در لاله‌پارک تبریز، برخورداری از امکانات رفاهی (سینما، فودکورت، شهربازی سرپوشیده و غیره) به افزایش تعاملات کوتاه‌مدت خانوادگی و دوستانه انجامیده و فضایی مناسب برای تفریح و خرید یک‌جای مشتریان ایجاد کرده است. با این حال، این مراودات معمولاً عمق کمتری نسبت به بازارهای سنتی دارند و هویت فرهنگی در لایه‌های ظاهری (مانند طراحی بخشی از دکوراسیون با نمادهای شهری تبریز) نمود پیدا می‌کند (حق‌پرست و همکاران، ۱۴۰۱).

۵,۲,۲ حفظ هویت فرهنگی و تأثیر نوآوری

بازار سنتی سنندج به صورت ارگانیک و در تعامل با ساختار اجتماعی شهر شکل گرفته است و همچنان هویت تاریخی و فرهنگی کُردی را حفظ کرده است. نوآوری در این بازار غالباً با حساسیت فرهنگی بیشتری روبه‌روست و برای موفقیت لازم است در چارچوب ارزش‌ها و سنت‌های محلی طرح‌ریزی شود. در مقابل، در مجتمع لاله‌پارک، بهره‌گیری از رویدادهای هنری و نمایشگاه‌های موقتی با رویکرد «زمینه‌گرایی» صورت می‌گیرد. این رویکرد می‌کوشد که بخشی از هویت شهری و سنت‌های آذری را به بازدیدکنندگان نشان دهد، اما از آن‌جا که ساختار اصلی مجتمع مدرن و چندمنظوره است، نمادهای فرهنگی بیشتر در شکل نمادین و تبلیغاتی به چشم می‌آید تا در تعاملات عمیق روزمره.



نمودار ۱ تطبیق سطح تعاملات اجتماعی در دو بازار

این چارت گویا بیانگر آن است که بازار سنتی سنندج، با ساختار راسته‌ای و هویت بومی، فضای تعاملی تری فراهم می‌آورد؛ درحالی‌که مجتمع معاصر لاله‌پارک تبریز با رویکرد مدرن، اگرچه فضای تفریحی و رفاهی دارد، اما سطح تعاملات اجتماعی در آن کمتر از بازار سنتی ارزیابی می‌شود.

۵,۳ شاخص‌های زیست‌محیطی

۵,۳,۱ الگوهای کالبدی و مصرف انرژی

در بازار سنتی سنندج، به دلیل شکل‌گیری تدریجی و ارگانیک بازار، استفاده از مصالح بومی نظیر آجر، چوب و سنگ و بهره‌گیری از نور طبیعی در راسته‌ها، تا حد زیادی کاهش مصرف انرژی را در پی داشته است. هرچند سیستم‌های گرمایش و سرمایش یکپارچه پیش‌بینی نشده و هنوز از روش‌های سنتی برای تهویه و گرمایش (مانند کرسی‌بخاری در برخی حجره‌ها) استفاده می‌شود.

در لاله‌پارک تبریز، اسکلت سازه‌ای مدرن با استفاده از فولاد و بتن مسلح و نمای گسترده‌ی شیشه‌ای، نیازمند سیستم‌های تهویه مطبوع پیشرفته است که در عمل سبب افزایش مصرف انرژی می‌گردد. با این حال، وجود زیرساخت‌های هوشمند کنترل دما، نور و تهویه، تا حدی این مصرف را

بهینه می‌کند. همچنین سامانه‌های تفکیک پسماند و تشویق به استفاده از مواد بازیافتی، بخشی از برنامه‌های مدیریت زیست‌محیطی مجتمع به شمار می‌آید (Busch et al., 2016; von Auer & Trede, 2018).

۵,۳,۲ نوآوری‌های سبز و مدیریت پسماند

بازار سنتی سنندج فاقد سازوکار متمرکز مدیریت پسماند است و عمده‌ی جمع‌آوری زباله‌ها به‌شکل سنتی و روزانه توسط شهرداری و با مشارکت کسبه انجام می‌شود. در مقابل، لاله‌پارک تبریز از سیستم تفکیک زباله از مبدأ استفاده می‌کند و برای بسیاری از واحدهای تجاری، دستورالعمل کاهش ضایعات تعریف شده است. اگرچه در نگاه نخست هزینه‌ی پیاده‌سازی این سیستم بالا به نظر می‌رسد، اما در بلندمدت به کاهش اثرات زیست‌محیطی مجتمع کمک می‌کند (González-Pérez et al., 2020).

جدول ۲ مقایسه شاخص‌های زیست‌محیطی در بازار سنتی سنندج و لاله‌پارک تبریز

شاخص زیست‌محیطی	بازار سنتی سنندج	لاله‌پارک تبریز	ملاحظات
مصالح و سبک ساخت	ارگانیک و محلی (آجر، چوب، مصالح اقلیمی)	مدرن با اسکلت فولادی و نمای شیشه‌ای	مصالح سنتی به تهویه و نور طبیعی کمک می‌کند؛ سازه مدرن نیازمند عایق‌بندی و سیستم‌های پیشرفته است.
مدیریت انرژی	فاقد سیستم یکپارچه؛ بهره‌گیری از نور طبیعی و تهویه سنتی در راسته‌ها	استفاده از سیستم‌های هوشمند (BMS)، کنترل خودکار تهویه و نور	سرمایه‌گذاری بیشتر در بخش فناوری لاله‌پارک منجر به افزایش بهره‌وری در بلندمدت شده است.
مدیریت پسماند	روش سنتی و غیرمتمرکز؛ جمع‌آوری روزانه توسط شهرداری	تفکیک از مبدأ، بازیافت بخشی از زباله‌ها، کاهش استفاده از پلاستیک	ترویج فرهنگ پسماند صفر نیازمند آموزش کاسبان در هر دو بازار است.
نوآوری‌های سبز	محدود به اصلاحات کالبدی کوچک (نظیر بهسازی کفپوش)	سیستم تهویه مطبوع پیشرفته، سازوکار تشویقی برای کاهش ضایعات	بازار سنتی ظرفیت نوسازی و گسترش زیرساخت‌های سبز را داراست اما نیازمند حمایت مالی و فرهنگی است.

۶. بحث

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که بازارهای سنتی به‌واسطهٔ تداوم تعاملات اجتماعی و حفظ هویت فرهنگی، در ابعاد اجتماعی توسعه پایدار عملکرد مطلوبی داشته و به تقویت بافت اجتماعی شهر کمک می‌کنند (فارسی، طالبی و منیب، ۱۳۹۴؛ قاسمی و همکاران، ۱۳۹۱). در مقابل، بازارهای معاصر با اتکا به سرمایه‌گذاری کلان و فناوری‌های نوآورانه، از نظر شاخص‌های اقتصادی و مدیریت زیست‌محیطی در جایگاه مطلوب‌تری قرار دارند (Gnizy, 2024؛ حق‌پرست و همکاران، ۱۴۰۱). این یافته‌ها به نوعی همسویی با مطالعاتی دارد که تأکید می‌کنند بهره‌گیری از فناوری و مدل‌های نوین تجاری، ضمن افزایش بازدهی اقتصادی، منجر به بهبود فرایندهای زیست‌محیطی می‌شود (González-Pérez et al., 2020; von Auer & Trede, 2018). از سوی دیگر، تأکید بر ارزش‌های اجتماعی و هویتی در بازارهای سنتی نیز در پژوهش‌های پیشین مورد تأیید قرار گرفته است (فارسی، طالبی و منیب، ۱۳۹۴؛ مشکینی و همکاران، ۱۴۰۱). با این حال، تفاوت‌هایی نیز در نتایج به دست آمده مشاهده می‌شود که حکایت از غیرهمسویی نسبی با بخشی از ادبیات موجود دارد. به‌عنوان نمونه، برخی مطالعات بین‌المللی معتقدند که بازارهای معاصر می‌توانند از طریق تبدیل به هسته‌های فرهنگی، نقش چشمگیری در ارتقای هویت جمعی داشته باشند (Tsakirides, 2019). این در حالی

است که یافته‌های میدانی پژوهش حاضر نشان می‌دهد نمودهای فرهنگی در بازارهای معاصر (نظیر مجتمع لاله‌پارک) بیشتر در حد رویدادهای موسمی و طراحی ظاهری باقی مانده‌اند و به تعاملات عمیق فرهنگی منجر نشده‌اند. همچنین، علیرغم تأکید برخی پژوهش‌ها بر نوآوری اجتماعی در فضاهای تجاری مدرن (داودپور و همکاران، ۱۳۹۹)، شواهد میدانی نشان می‌دهد که چنین فرایندی در بازارهای سنتی، گرچه با سرعتی کمتر، اما در چارچوب ارزش‌های بومی و فرهنگی همچنان رو به تکامل است.

یافته‌های تحقیق حاضر مؤید آن است که بهره‌گیری از نوآوری، به‌خصوص در قالب فناوری‌های هوشمند و مدیریت یکپارچه، می‌تواند به‌طور چشمگیری در بهبود شاخص‌های اقتصادی و زیست‌محیطی مؤثر باشد. این امر در بازارهای معاصر نظیر لاله‌پارک، از طریق توسعه سیستم‌های پرداخت دیجیتال، بازاریابی آنلاین و مدیریت هوشمند انرژی نمود یافته است (González-Pérez et al., 2020؛ Busch et al., 2016). در بازارهای سنتی نیز، هرچند ساختار تاریخی بازارها و حساسیت‌های فرهنگی روند نوآوری را کندتر می‌کند، اما به‌کارگیری هوشمندانه‌ی ابزارهای ارتباطی و رویدادهای فرهنگی می‌تواند علاوه بر افزایش جذابیت تجاری، هویت مکان را نیز تقویت کند. بازار سنتی سنندج و مجتمع تجاری لاله‌پارک تبریز، هر دو در بستر غرب کشور فعالیت می‌کنند اما الگوهای کالبدی، اجتماعی و مدیریتی آن‌ها بسیار متفاوت است. بازارهای سنتی، الگوی ارگانیک مبتنی بر هویت تاریخی و تعاملات چهره‌به‌چهره دارند و در شاخص‌های اجتماعی بسیار موفق عمل می‌کنند (فارسی، طالبی و منیب، ۱۳۹۴). در مقابل، بازارهای معاصر مبتنی بر سرمایه‌گذاری کلان، برندهای مطرح و فناوری‌های نوآورانه‌اند و در شاخص‌های اقتصادی و مدیریت محیط‌زیستی نمره بهتری کسب می‌کنند (حق‌پرست و همکاران، ۱۴۰۱؛ Iqbal et al., 2022). با این وصف، هر کدام از این دو گونه‌ی تجاری دارای نقاط قوت و ضعف خاص خود هستند که می‌تواند به‌صورت مکمل در خدمت دستیابی به توسعه پایدار قرار گیرد؛ بازارهای سنتی قادر به انتقال تجربه‌های هویتی و ارتقای سرمایه اجتماعی هستند و بازارهای معاصر می‌توانند پشتیبان اقتصادی و محیطی باشند.

۷. نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بازارهای سنتی، به‌واسطه شکل‌گیری ارگانیک و توجه ریشه‌ای به ارزش‌های فرهنگی، از ظرفیت بالایی در ایجاد تعاملات اجتماعی و حفظ هویت بومی برخوردارند. این امر سبب می‌شود بازارهای سنتی در بعد اجتماعی توسعه پایدار، عملکردی مطلوب داشته باشند و انگیزه تعامل و پیوندهای محلی را در میان کاربران تقویت کنند. در مقابل، بازارهای معاصر با اتکا به سرمایه‌گذاری کلان، حضور برندهای مطرح و به‌کارگیری راهکارهای فناورانه، توانسته‌اند در شاخص‌های اقتصادی و زیست‌محیطی به کارایی بیشتری دست یابند و زمینه‌ای برای پایداری بلندمدت در این حوزه‌ها فراهم کنند. با این وصف، کاستی‌هایی نیز در هر دو گونه از بازارها مشاهده می‌شود. بازارهای سنتی در زمینه مدیریت متمرکز انرژی و پسماند، سامانه‌های یکپارچه و پیشرفته‌ای ندارند و به‌روزرسانی آن‌ها مستلزم سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی دقیق‌تر است. از سوی دیگر، مراکز خرید مدرن در پیوند با هویت فرهنگی، بیشتر بر جلوه‌های ظاهری تمرکز می‌کنند و عمق تعاملات اجتماعی در آن‌ها محدودتر است. از این رو، ترکیب تجربیات هویتی و اجتماعی بازارهای سنتی با نوآوری‌های فناورانه و مدیریتی بازارهای معاصر، می‌تواند راهبردی مؤثر برای دستیابی به الگوی جامع از توسعه پایدار در بازارهای آینده باشد.

۸. پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

بررسی نقش فناوری‌های هوشمند در پایداری بازارهای معاصر: پیشنهاد می‌شود مطالعات آینده به شناسایی و تحلیل فناوری‌های نوینی بپردازند که به‌صورت یکپارچه بر شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مراکز خرید مدرن تأثیرگذارند.

مطالعه تأثیر تغییرات اقلیمی بر پایداری بازارهای سنتی: تغییرات دما، رطوبت و الگوهای بارش می‌تواند ساختار کالبدی و مدیریت انرژی در بازارهای تاریخی را تحت تأثیر قرار دهد. پژوهشگران می‌توانند با بررسی این عوامل، راهکارهای بومی و فناورانه‌ای برای سازگاری و تاب‌آوری بازارهای سنتی ارائه دهند.

تدوین الگوی تعاملات فرهنگی در مراکز تجاری معاصر: با توجه به اهمیت ابعاد اجتماعی و فرهنگی در توسعه پایدار، انجام پژوهش‌هایی برای شناخت عمیق‌تر از چگونگی تقویت پیوندهای اجتماعی و بومی در بازارهای مدرن پیشنهاد می‌شود. ارزیابی تأثیر آموزش‌های مشارکتی بر ارتقای نوآوری‌های پایدار: پژوهش‌های آینده می‌توانند نقش دوره‌های آموزشی و رویدادهای مشارکتی را در پذیرش راهکارهای نوآورانه میان کسبه و مخاطبان بازارهای سنتی و معاصر بررسی کنند.

فهرست منابع

- پهلوان سمیه، و سلطان زاده حسین. (۱۴۰۳). مقایسه تطبیقی اصول سازمان دهی کالبد فضایی تیمچه های بازار تاریخی اصفهان.
- حبیبی، س.م.، و اهری، ز. (۱۳۹۴). میدان بهارستان: تجربه نوآوری در فضای شهری ایرانی. مجموعه کتاب‌های تهران پژوهی ۳. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- داودپور، س.، رضوی، ح.، طبیبیان، م.، و معینی‌فر، م. (۱۳۹۹). نوآوری اجتماعی در تعامل دوسویه شهروندی و فضای هیبریدی شهرهای قرن بیست‌ویکم: نمونه مطالعه شهر تهران. فصلنامه برنامه‌ریزی توسعه شهری و منطقه‌ای، ۴(۹)، ۳۷-۵۸.
- رضایی، ناهیده، حق‌پرست، فرزین و محمدزاده، رحمت. (۱۴۰۱). تحلیلی بر سیر تحول فضاهای تجاری معاصر شهر تبریز با تأکید بر بازار سنتی. فصلنامه علمی پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، ۱۲(شماره ۴ (پیاپی ۲۵))، ۱۱۵-۱۳۶.
- علینژادمجیدی، س.، شالی‌امینی، و.، ایرانی بهبهانی، ه.، و ضیمران، م. (۱۳۹۸). چگونگی بازتاب جلوه‌های میان‌متنی در بازخوانی معماری معاصر ایران. معماری و شهرسازی ایران (JIAU)، ۱۰(۱)، ۱۷۵-۱۹۶.
- فارسی، م.، طالبی، م.، و منیب، ح. (۱۳۹۴). مطالعه پدیده بازار سنتی سندج از منظر پدیدارشناسی. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، ۷(۳)، ۲۷-۶۱.
- قاسمی، ا.، پوراحمد، ا.، و حاتمی‌نژاد، ح. (۱۳۹۱). پیامد نوپردازی در سازمان فضایی و عملکرد بازار تهران. مطالعات شهر ایرانی اسلامی، ۳(۱۰)، ۰-۰.
- یزدانی، محمد حسن، سعدلونیا، زارعی، قاسم، و حیدری چپانه. (۱۴۰۲). تحلیلی بر تأثیر زمینه‌گرایی بر ارزش ویژه برند مجتمع تجاری لاله‌پارک تبریز براساس دیدگاه گردشگران. فضای جغرافیایی، ۲۳(۸۳)، ۱۷۱-۱۹۹.
- مشکینی، م.، زنگانه، س.، احمد، م.، و امیرحاجیلو، ا. (۱۴۰۱). نوآوری و ماهیت تولید فضای قدرت در ایران با تکیه بر آرای آتری لوفه‌ور. مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۱۳(۴۷)، ۱۴-۲۷.
- ولی‌زاده، عادل، احمدش، رشید، و ساعی ارس، ایرج. (۱۳۹۷). مطالعه تاریخی نقش مناسبات نظام بازار در توسعه اجتماعی ایران (با تأکید دوران معاصر). مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۰(۲ (مسلسل ۳۸))، ۱۰۵-۱۲۵.
- Andi, A., Abednego, I. A., & Gultom, B. J. B. (2021). A Space Syntax Guide to Optimize Shopping Mall: A Systematic Review. International Journal of Environment, Architecture, and Societies, 1(01), 19-30.

- Busch, T., Bauer, R., & Orlitzky, M. (2016). Sustainable development and financial markets: Old paths and new avenues. *Business & Society*, 55(3), 303-329.
- Erwin, D. (2021). A conceptual framework of evolutionary novelty and innovation. *Journal of Evolutionary Biology*, 34(5), 987-1003.
- Gnizy, I. (2024). The impact of ambidextrous traditional and contemporary data analytics on marketing innovation. *Journal of Marketing Analytics*. Link
- González-Pérez, S., Ramírez-Montoya, M. S., & García-Peñalvo, F. J. (2020). The digital transformation of a traditional market into an entrepreneurial ecosystem. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-18. Link
- Iqbal, A., Nazir, H., & Memon, R. M. (2022). Shopping centers versus traditional open street bazaars: A comparative study of user's preference in the city of Karachi, Pakistan. *Frontiers in Built Environment*, 8, 1066093.
- Kahn, J., & Rivas, A. (2009). The sustainable economic development of traditional peoples. In *Post Keynesian and Ecological Economics*. Edward Elgar Publishing.
- Kuzior, A., Lyulyov, O., Pimonenko, T., Kwilinski, A., & Krawczyk, D. (2021). Post-industrial tourism as a driver of sustainable development. *Sustainability*, 13(15), 8145.
- Lee, S., & Ostwald, M. J. (2023). The visual attractiveness of architectural facades: measuring visual complexity and attractive strength in architecture. *Journal of Architectural Research*, 12(1), 45-67.
- Rao, F., & Dovey, K. (2021). Shopping and urbanity: Emerging assemblages of Main Street, mall, and power centre. *Planning Theory & Practice*, 22(5), 747-764.
- Redclift, M. (1988). Sustainable development and the market: a framework for analysis. *Futures*, 20(6), 635-650.
- Stanciu, S., Zlati, M. L., Antohi, V. M., & Bichescu, C. I. (2019). The Development Analysis of the Romanian Traditional Product Market Based on the Performance Model for Sustainable Economic Development. *Sustainability*, 11(4), 1123.
- Tsakirides, O. (2019). Traditional and modern forms of synergies between cultural and tourism sectors: Challenges and opportunities for Greek folk festivities promoting traditional products. In *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 345-354). Springer. Link
- Von Auer, L., & Trede, M. (2018). Markets with technological progress: pricing, quality, and novelty. *Journal of Economics*, 124, 121-137. Link

Comparative review of sustainable development patterns in traditional and contemporary markets of Iran Emphasizing the role of innovation

Abstract

aim of comparative review of sustainable development patterns in traditional and contemporary markets of Iran and to investigate the role of innovation in improving economic, social and environmental indicators the research method includes a qualitative-descriptive and analytical approach. To collect data, document studies, field observations and semi-structured interviews have been used Sanandaj traditional market as a representative of traditional markets, and Tabriz Lale Park commercial complex as a contemporary example from the west of Iran The points in this research have been selected and analyzed and evaluated from the perspective of three indicators of sustainable development The data of the interviews were coded with the method of qualitative content analysis and organized in the form of the main concepts of the research important findings: Analytical findings show that traditional markets are more successful in the social and cultural dimensions of sustainable development due to the preservation of the local structure and the presence of face-to-face interactions. On the other hand, modern shopping centers provide the opportunity for economic growth and improvement of environmental indicators by using management innovations, advanced technologies and large investments However, in the deep connection with local identity and the creation of extensive cultural interactions, contemporary markets still face limitations. Based on the final results, combining the socio-cultural experiences of traditional markets with modern technologies and innovative management approaches in contemporary markets can be a fundamental step towards realizing sustainable development in urban commercial spaces.

Keywords

Sustainable development - traditional markets - contemporary markets - modern architecture - native architecture - comparative analysis